

2018-2023年中国影视旅游行业市场需求调研及发展方向分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国影视旅游行业市场需求调研及发展方向分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/296374296374.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

一、影视旅游的涵义

影视旅游，又称电影引致的旅游（Film-induced Tourism），是指与影视拍摄相关的各种事物为吸引物的旅游活动。广义的影视旅游既包括游客游览为影视剧拍摄而建设的人造景观，同时也包括相关的自然景观和人文古迹。而狭义的影视旅游专指为影视拍摄而建造的影视拍摄场所，如影视城。随着国产电影、电视剧的制作水平不断提高和居民人均收入的增加，人们在闲暇时光更倾向于探寻自己所喜爱的电影中的场景。因此，随着休闲时代到来，我国影视旅游在近些年得到了快速的发展。

二、影视旅游的类型

（一）影视城旅游

影视剧需要在一定的场地进行拍摄，以符合剧中所反应的特定时代。因此，在这样的背景下，一座座影视城便诞生了。当人们在观看了影视剧并被影视剧中的场景所吸引时，他们便会产生旅游动机。自1987年修建了三国水浒城后，目前，国内为影视拍摄而建设的影视城已经有近40座之多。这些影视城大多数在初期建设时主要是供影视拍摄使用，到了现在则影视拍摄和供游客游览二者皆有之。

（二）其他影视拍摄地旅游

1.已经存在的人文景观。除了为影视拍摄而建设的影视城外，还有很多影视剧是在已经存在的人文景观或者自然景观进行拍摄的。比如1988年在北京故宫拍摄的《末代皇帝》、1997年在承德避暑山庄拍摄的《还珠格格》就属于这种情况。在这些电影和电视剧播放后，故宫和避暑山庄的游客都得到了明显的增加，在国际、国内的知名度也得到了明显的提升。

2.自然景观作为影视剧拍摄地。一些自然景观也因影视剧的拍摄成为了著名的旅游景点。例如2015年《芈月传》的热播，让人们坝上草原的美丽景色有了了解。坝上草原风光旖旎，本就是著名的旅游目的地，随着影视剧的拍摄与热播，将为其吸引更多的游客。

3.为促进旅游业发展而专门打造的影视剧。有些城市为了当地旅游业的发展或某一景点的推广，也会为景区量身打造影视剧。如位于西安曲江的大唐芙蓉园。芙蓉园作为一座仿唐式主题公园，目前已经是国家5A级旅游景区。在历史上，曲江就是皇家宫苑芙蓉园的所在

地，但是随着中国政治、经济、文化的东移，建国初，这里已经成为一片农田。因此西安大唐芙蓉园影视文化传播有限公司在2007年投资拍摄了《大唐芙蓉园》这部电视剧，通过唐明皇和杨贵妃的爱情故事来为这座主题公园造势。

（三）影视剧中涉及地点的旅游

影视作品引发的旅游不仅限于影视剧的拍摄地，也涉及与影视剧剧情或场景有渊源的地方，比如《甄嬛传》的热播，不仅使得横店影视城的明清宫苑景区受游人喜欢。此外，横店明清宫苑所展现的电视剧中故事的发生地北京紫禁城的旅游业也得到了快速的发展。这从侧面也反应了影视剧对旅游业的促进作用。因此，这也可以看做是影视旅游的一部分。

三、中国影视旅游发展的对策

（一）影视城的建设方面

每个影视城应该要有其自身的特色，以此来吸引剧组和旅游者。同时影视城在进行规划时，就应该增设为游客游览而服务的配套设施。在经营过程中，经营者应该邀请曾在此地拍摄电影的明星来此宣传，以提高影视城的知名度。同时应该让游客能够参与到影视城所举办的各种活动中去，让游客做正在拍摄中的影视剧的群众演员，或排演一些短剧让游客饰演，以提高游客的参与性。

（二）相关部门的管控方面

政府对于影视城的建设审批应该结合目前国内影视剧拍摄以及游客对于影视旅游的需求情况进行审批控制，同时对影视城建设风格与主题从宏观层面进行引导。对于一些市场已经饱和的影视城项目应不予审批，同时对于一些远离旅游线路的影视城项目也应不予审批，除非所在地的自然风貌确实适合建设有特色的影视城。

（三）环境保护方面

如果影视剧的拍摄地是一些风景秀丽的自然景观，在影视剧热播后，政府和旅游单位应该提前做好景观的旅游规划和建设，以免游客的大量涌入，影响当地的环境质量。

四、小结

当前，人们的旅游方式正在逐渐从单纯的观光旅游向文化旅游进行转变，旅游者更多的是追求一种精神上的体验。在这种背景下，加强影视旅游开发，能够满足人们的旅游文化需求，进而促进影视旅游业的快速发展，服务于经济建设。

中国报告网发布的《2018-2023年中国影视旅游行业市场需求调研及发展方向分析报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

目录

第一部分发展现状与前景分析

第一章全球影视旅游行业发展分析

第一节全球影视旅游市场分析

一、全球影视旅游市场回顾

二、全球影视旅游市场环境

三、全球影视旅游格局分析

四、全球影视旅游行业发展分析

第二节全球影视旅游市场分析

一、全球影视旅游需求分析

二、全球影视旅游行业发展分析

三、全球影视旅游市场环境

四、中外影视旅游市场对比

第三节部分国家地区影视旅游行业发展状况

一、美国影视旅游行业发展分析

二、欧洲影视旅游行业发展分析

三、日本影视旅游行业发展分析

四、韩国影视旅游行业发展分析

第二章我国影视旅游行业发展现状

第一节中国影视旅游行业发展概述

- 一、中国影视旅游行业发展历程
- 二、中国影视旅游行业发展面临的问题
- 三、中国影视旅游行业技术发展现状及趋势

第二节我国影视旅游行业发展状况

- 一、中国影视旅游行业发展回顾
- 二、影视旅游行业发展情况分析
- 三、我国影视旅游市场特点分析
- 四、我国影视旅游市场发展分析

第三节中国影视旅游行业供需分析

- 一、中国影视旅游市场供给总量分析
- 二、中国影视旅游市场供给结构分析
- 三、中国影视旅游市场需求总量分析
- 四、中国影视旅游市场需求结构分析
- 五、中国影视旅游市场供需平衡分析

第三章中国影视旅游产业消费者行为调研

第一节消费者旅游偏好调研

- 一、不同性别影视旅游偏好调研
- 二、不同年龄影视旅游偏好调研
 - 1、20岁以下影视旅游偏好调研
 - 2、20-40岁影视旅游偏好调研
 - 3、40岁以上影视旅游偏好调研

第二节消费者行为习惯调研

- 一、不同性别消费者结构调研
 - 1、男性消费者结构调研
 - 2、女性消费者结构调研
- 二、不同年龄消费者结构调研
 - 1、消费者结构调研总体情况
 - 2、15-24岁消费者结构调研
 - 3、25-39岁消费者结构调研
 - 4、40-50岁消费者结构调研
- 三、消费者消费频次调研

- 1、不同性别消费者旅游频次调研
- 2、不同年龄消费者旅游频次调研
- 3、不同职业消费者旅游频次调研
- 4、不同学历消费者旅游频次调研
- 四、消费者旅游时间选择调研
 - 1、节假日与非节假日选择调研
 - 2、一年时间内旅游时间选择调研
 - 3、一个月时间内旅游时间选择调研
 - 4、去影视城旅游的时机调研
- 5、随行人和人数调研
- 五、消费者影视旅游选择考虑因素调研
- 六、消费者选择影视旅游因由调研
- 七、消费者影视旅游的途径调研
- 八、消费者影视旅游地喜好调研
 - 1、消费者影视旅游地地喜好调研总体情况
 - 2、不同年龄消费者影视旅游地喜好调研

第四章中国影视产业运行形势分析

第一节中国影视产业发展概况

- 一、中国影视业需求旺盛
- 二、中国影视节目在国际市场发展现状
- 三、内地影视基地日趋错位经营
- 四、中国影视动画产业迈入快速发展阶段
- 五、中国网络影视产业发展分析

第二节中国影视产业存在的问题

- 一、制约中国影视产业发展的原因
- 二、影视产业缺乏高级管理人才
- 三、中国影视产业面临的版权问题
- 四、我国网吧影视作品存在侵权问题
- 五、影响影视产业投融资的因素

第三节发展中国影视产业的建议

- 一、影视产业发展应突破四道关
- 二、实现影视产业发展战略的主要对策
- 三、我国影视业须完善整个产业链
- 四、品牌成民营影视企业的发展核心

五、影视制作业的集群发展策略

第五章中国文化旅游业市场营销策略分析

第一节旅游文化营销的运作形式剖析

一、运作基础

二、文化包装与产品设计

三、文化传播与广告促销

四、文化体验与旅游品牌

第二节主题公园的影视营销方法解析

一、影视拍摄对主题公园的促进作用浅述

二、影视主题公园发展存在的问题

三、营销环境与市场定位分析

四、产品的开发、营销及组合策略

第三节体验经济在红色旅游产业的融合发展

一、体验经济对红色旅游产品的积极作用简述

二、红色旅游发展存在的主要问题

三、红色旅游产品的营销要点透析

四、红色旅游景区体验型开发的具体模式探析

第六章中国影视旅游行业区域市场分析

第一节华北地区影视旅游行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、2018-2023年市场需求情况分析

四、2018-2023年行业发展前景预测

五、2018-2023年行业投资风险预测

第二节东北地区影视旅游行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、2018-2023年市场需求情况分析

四、2018-2023年行业发展前景预测

五、2018-2023年行业投资风险预测

第三节华东地区影视旅游行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、2018-2023年市场需求情况分析

四、2018-2023年行业发展前景预测

五、2018-2023年行业投资风险预测

第四节华南地区影视旅游行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、2018-2023年市场需求情况分析

四、2018-2023年行业发展前景预测

五、2018-2023年行业投资风险预测

第七章影视旅游行业投资与发展前景分析

第一节影视旅游行业投资情况分析

一、总体投资结构

二、投资规模情况

三、投资增速情况

四、分行业投资分析

五、分地区投资分析

第二节影视旅游行业投资机会分析

一、影视旅游投资项目分析

二、可以投资的影视旅游模式

三、影视旅游投资机会

四、影视旅游细分行业投资机会

五、影视旅游投资新方向

第三节影视旅游行业发展前景分析

一、影视旅游市场发展前景分析

二、我国影视旅游市场蕴藏的商机

三、媒体竞合下影视旅游市场的发展前景

四、影视旅游市场面临的发展商机

五、2018-2023年影视旅游市场面临的发展商机

第二部分市场竞争格局与形势

第八章影视旅游行业竞争格局分析

第一节影视旅游行业集中度分析

一、影视旅游市场集中度分析

二、影视旅游企业集中度分析

三、影视旅游区域集中度分析

第二节影视旅游行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节影视旅游行业竞争格局分析

一、影视旅游行业竞争分析

二、中外影视旅游产品竞争分析

三、国内外影视旅游竞争分析

四、我国影视旅游市场竞争分析

五、我国影视旅游市场集中度分析

六、2018-2023年国内主要影视旅游企业动向

第九章中国影视旅游行业发展形势分析

第一节影视旅游行业发展概况

一、影视旅游行业发展特点分析

二、影视旅游行业投资现状分析

三、影视旅游行业总产值分析

四、影视旅游行业技术发展分析

第二节影视旅游行业市场情况分析

一、影视旅游行业市场发展分析

二、影视旅游市场存在的问题

三、影视旅游市场规模分析

第三节影视旅游产销状况分析

一、影视旅游产量分析

二、影视旅游产能分析

三、影视旅游市场需求状况分析

第四节产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第三部分赢利水平与企业分析

第十章中国影视旅游行业整体运行指标分析

第一节中国影视旅游行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节中国影视旅游行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节年中国影视旅游行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十一章影视旅游行业赢利水平分析

第一节成本分析

一、影视旅游主要成本分析

二、影视旅游行业成本价格走势分析

第二节产销运存分析

一、影视旅游行业现金流量情况

二、影视旅游行业资金周转情况

第三节盈利水平分析

一、影视旅游行业价格走势

二、影视旅游行业营业收入情况

三、影视旅游行业毛利率情况

四、影视旅游行业赢利能力

五、影视旅游行业赢利水平

六、2018-2023年影视旅游行业赢利预测

第十二章影视旅游行业盈利能力分析

第一节中国影视旅游行业利润总额分析

一、利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节中国影视旅游行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节中国影视旅游行业总资产利润率分析

一、总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率比较分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节中国影视旅游行业产值利税率分析

一、产值利税率分析

二、不同规模企业产值利税率比较分析

三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十三章中国重点电影视旅游企业分析

第一节深圳华侨城控股股份有限公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

(4)公司优劣势分析

第二节宋城集团控股有限公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

(4)公司优劣势分析

第三节东联集团

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

(4)公司优劣势分析

第四节鄂西生态文化旅游圈投资有限公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

(4)公司优劣势分析

第五节四川美仑旅游文化产业投资有限公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

(4)公司优劣势分析

第六节成都文化旅游发展集团有限责任公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

(4)公司优劣势分析

第七节唐家湾文化旅游有限公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

(4)公司优劣势分析

第八节无锡市东方影视旅游公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

(4)公司优劣势分析

第九节东阳市横店影视城旅行社有限公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

(4)公司优劣势分析

第十节大川影视旅游公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

(4)公司优劣势分析

第四部分投资策略与风险预警

第十四章影视旅游行业投资策略分析

第一节行业发展特征

- 一、行业的周期性
- 二、行业的区域性
- 三、行业的上下游
- 四、行业经营模式

第二节行业投资形势分析

- 一、行业发展格局
- 二、行业进入壁垒
- 三、行业SWOT分析
- 四、行业五力模型分析

第三节影视旅游行业投资效益分析

- 一、影视旅游行业投资状况分析
- 二、影视旅游行业投资效益分析
- 三、2018-2023年影视旅游行业投资方向
- 四、2018-2023年影视旅游行业投资建议

第四节投资策略研究

- 一、影视旅游行业投资策略
- 二、影视旅游行业投资策略
- 三、2018-2023年影视旅游行业投资策略
- 四、2018-2023年影视旅游细分行业投资策略

第十五章影视旅游行业投资风险预警

第一节影响影视旅游行业发展的主要因素

- 一、影响影视旅游行业运行的有利因素
- 二、影响影视旅游行业运行的稳定因素

三、影响影视旅游行业运行的不利因素

四、我国影视旅游行业发展面临的挑战

五、我国影视旅游行业发展面临的机遇

第二节影视旅游行业投资风险预警

一、2018-2023年影视旅游行业市场风险预测

二、2018-2023年影视旅游行业政策风险预测

三、2018-2023年影视旅游行业经营风险预测

四、2018-2023年影视旅游行业技术风险预测

五、2018-2023年影视旅游行业竞争风险预测

六、2018-2023年影视旅游行业其他风险预测

第五部分发展趋势与规划建议

第十六章影视旅游行业发展趋势分析

第一节2018-2023年中国影视旅游市场趋势分析

一、我国影视旅游市场趋势总结

二、2018-2023年我国影视旅游发展趋势分析

第二节2018-2023年影视旅游产品发展趋势分析

一、2018-2023年影视旅游产品技术趋势分析

二、2018-2023年影视旅游产品价格趋势分析

第三节2018-2023年中国影视旅游行业供需预测

一、2018-2023年中国影视旅游供给预测

二、2018-2023年中国影视旅游需求预测

三、2018-2023年中国影视旅游价格预测

第四节2018-2023年影视旅游行业规划建议

一、影视旅游行业“十三五”整体规划

二、2018-2023年影视旅游行业规划建议

第十七章影视旅游企业管理策略建议

第一节市场策略分析

一、影视旅游价格策略分析

二、影视旅游渠道策略分析

第二节销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节提高影视旅游企业竞争力的策略

- 一、提高中国影视旅游企业核心竞争力的对策
- 二、影视旅游企业提升竞争力的主要方向
- 三、影响影视旅游企业核心竞争力的因素及提升途径
- 四、提高影视旅游企业竞争力的策略

第四节对我国影视旅游品牌的战略思考

- 一、影视旅游实施品牌战略的意义
- 二、影视旅游企业品牌的现状分析
- 三、我国影视旅游企业的品牌战略
- 四、影视旅游品牌战略管理的策略

图表目录：

图表：影视旅游产业链分析

图表：影视旅游行业生命周期

图表：中国影视旅游行业市场规模

图表：全球影视旅游产业市场规模

图表：影视旅游重要数据指标比较

图表：中国影视旅游行业销售情况分析

图表：中国影视旅游行业利润情况分析

图表：中国影视旅游行业资产情况分析

图表：中国影视旅游竞争力分析

图表：2018-2023年中国影视旅游市场前景预测

图表：2018-2023年中国影视旅游市场价格走势预测

图表：2018-2023年中国影视旅游发展前景预测

图表：美国影视旅游市场销售规模

图表：2018-2023年美国影视旅游市场销售规模预测

(GYZJY)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/296374296374.html>